

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Batasan Masalah	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan.....	14

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori.....	16
1. Manajemen Pemasaran	16
2. Pemasaran	23
3. STP (<i>Segmentation, Targeting and Positioning</i>)	24
4. Promosi secara Online	26
5. Kelebihan dan Kekurangan Pemasaran secara Online	31

B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Konseptual	39

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Sumber Data	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Teknik Analisis Data.....	47
F. Tahap-Tahap Penelitian.....	48

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data.....	50
B. Temuan Peneliti	64
C. Analisis Data.....	77

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pola Strategi Pemasaran Produk Nyoklat Klasik melalui Media Online oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung	83
B. Kendala yang dihadapi oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung dalam Memasarkan Produk Nyoklat Klasik melalui Media Online	91
C. Solusi yang dilakukan oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung dalam Memasarkan Produk Nyoklat Klasik melalui Media Online	95

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN